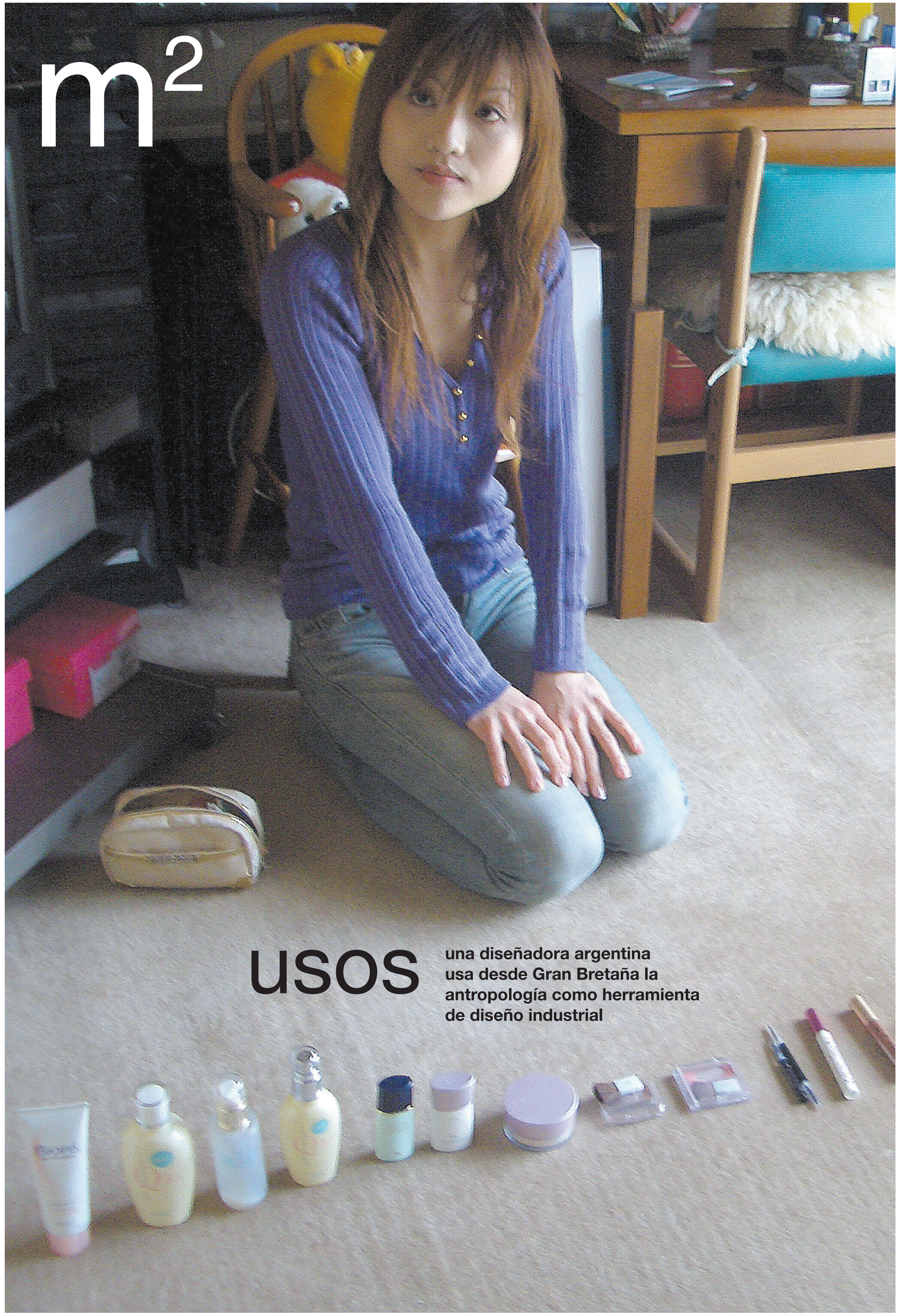
SUPLEMENTO DE ESTILO Y DECORACION DE PAGINA|12. SABADO 28 DE FEBRERO DE 2009. AÑO 10. Nº 523

m²



usos

una diseñadora argentina usa desde Gran Bretaña la antropología como herramienta de diseño industrial

Además: Chaín se emperra con Defensa, el patrimonio vuelve a la Legislatura, se licitarán placitas en Barracas y Wright visita el Marq

El oasis Magaldi-Unamuno

POR MATIAS GIGLI

Ramiro Gallardo, Gustavo Nielsen y Max Zolkwer ya tienen la documentación completa con el nuevo diseño de las placitas escondidas de Barracas. Listas para licitar, surgen de la traza no ortodoxa del tejido perimetral y las convierte en espacios interiores del conjuntito de manzanas que las conforman. De esta percepción de espacio público atípico es que los ganadores del concurso de Oasis Urbanos (hubo varios) que organizó la Ciudad decidieran plantear la transformación de las dos placitas priorizando el uso peatonal y restringiendo el tránsito vehicular.

Esto lo lograron elevando las calzadas y organizando líneas de bolardos a modo de límite. Gallardo, Nielsen y Zolkwer plantean utilizar un mismo tipo de pavimento para dar una continuidad y marcar de algún modo una unidad de criterios entre ambos espacios. Sin embargo, distinguen las diferencias entre ambas placitas y plantean en la propuesta reforzar la identidad de los accesos con pérgolas.

En la Magaldi, describen los autores en la memoria, el centro de la plaza conforma una gran plataforma que acompaña peatonalmente la dirección natural de la calle Arata, pero con un colorido solado de baldosas vainilla. Una doble línea de pérgolas de hormigón armado le da sombra y cobijo, evitando la posible apropiación del espacio por autos y motos, posición que hoy defiende un duro guardarrail. Bajo la pérgola diseñaron actividades de ocio para la tercera edad y para la juventud, sin mobiliario fijo. Del playón central salen, hacia ambos costados, sectores con mobiliario fijo para todas las edades. Para jóvenes y adultos se han ubicado mesas y sillas y una cancha de bochas. Para los niños, simplemente se han adaptado los juegos existentes con su perímetro de reja, cambiándole el acceso.


Oasis Magaldi

Se respetó toda la vegetación existente y se completó con dos fresnos americanos, parquizando las zonas restantes. Se eligió esta especie por ser un árbol de hojas caducas que tornan de verdes a amarillo en el otoño. Se propone duplicar la iluminación existente con nuevas luminarias diseñadas en conjunto con la pérgola. Los espacios para estacionamiento se implantaron mediante una sencilla operación de reducción parcial de calzada, con el ajuste de las nuevas medidas a las sendas vehiculares de tránsito restringido. Gallardo, Nielsen y Zolkwer plantearon, además, una posibilidad no evaluada en el presupuesto y que podría ser viable a futuro: unificar plásticamente las fachadas a partir del diseño de un artista al estilo del Pasaje Lanín, obviamente con el consenso de los vecinos.

En la Unamuno también se propone nivelar e igualar el solado restringiendo el paso de los autos con baldosones de hormigón extendiéndose por Miguel de Unamuno y Aníbal Ponce entre Río Cuarto y Santo Domingo, además de William Morris y Emilio Coni. Los playones con pérgolas se ubican en este caso sobre Unamuno y Ponce, acompañando los accesos naturales a la placita: lo que en Magaldi ocupaba el centro, aquí ocupa las dos puntas. Surge la posibilidad en ambos espacios de generar prácticas deportivas y la idea de mercados urbanos esporádicos. Salen de ambos playones hacia el interior de la plaza sectores con mobiliario fijo para todas las edades, más una pista de skate. Para los niños se diseñaron un sector de juegos y un playón de triciclos cerrado con rejas.

Se respetó toda la vegetación existente y se incluyeron en el proyecto tres jacarandás y un fresno americano en reemplazo del plátano quemado sobre Coni, parquizando las zonas restantes.

La antropología al servicio del diseño

La argentina Paula Zucotti es directora asociada de una de las compañías de diseño más importantes del mundo y aportó un alto grado de innovación a la vanguardista compañía *Seymourpowel*. La etnografía al servicio del diseño.

POR LUJAN CAMBARIERE

Hace varios años entrevistamos a su jefe en esos tours que hacen las eminencias design al fin del mundo. En su caso, fue para hablar de su tema de especialización: "Cómo se diseña el futuro".

Hoy, con esas jactancias de las que tanto disfrutamos los argentinos, podemos dar cuenta de que su compañía, que sigue siendo una de las más importantes del mundo, con clientes que van de Nokia a Samsung, Panasonic, Hellmann's, Lux, Dove, Knorr, Rexona, Bimbo, Skip y Pepsi, entre otros, cuenta entre sus directores asociados desde el año pasado con una argentina que les ha aportado a los reyes de la innovación más innovación. Hablamos del inglés Richard Seymour, de su compañía *Seymourpowell* y de la diseñadora industrial Paula Zucotti. Ella emigró al Reino Unido hace unos años para hacer un master en Diseño (*Strategy and Innovation*) que ella orientó a la etnografía, disciplina que aplica al diseño. De eso y otras cuestiones habló con **m2** en el poco tiempo que le deja su intenso trabajo y su familia (marido también diseñador, Mike Webster) y sus hijos (una niña de dos años y un bebé en camino).

–¿Cómo llegás a Londres?

–Fui becada por el Fondo Nacional de las Artes y el British Council para hacer un posgrado. Cuando terminé la facultad me fui directamente para allá. Es más, la facultad terminaba en diciembre y me adelanté a terminarla en septiembre para empezar en Londres ese mismo año.

–¿Estudiaste etnografía? ¿Cómo se relaciona con el diseño?

–Yo tenía la libertad de elegir el posgrado y la universidad que quisiera. Luego de meses de investigación, decidí ir a Brunel University, que ofrecía un master en Estrategia e innovación. El primer semestre era teórico y el segundo se dividía en tres meses haciendo una pasantía laboral en una empresa local y luego escribiendo una tesis. Apliqué a Seymourpowell y conseguí un lugar en el equipo de *Foresight* (investigación, estrategias y tendencias). El que se encarga de investigar mercados, usuarios, culturas y tendencias relevantes a cada producto desarrollando estrategias que informan e inspiran el diseño, la marca, la interface, el servicio y la experiencia de uso. Cuando entré éramos un equipo de 3 personas y hoy somos 12. La etnografía no existía en Seymourpowell. Si bien los diseñadores aplicaban el concepto de "observación del usuario" como algo inherente a la profesión, esto no existía como servicio/disciplina prestado por la empresa. Mientras hacía mi master leí un artículo sobre diseño etnográfico y me fascinó. Era una nota a un grupo de trabajo de Intel en EE.UU., ellos se denominaban diseñadores etnográficos y explicaban que se encargaban de estudiar gente y culturas en los mercados donde Intel operaba y luego en traducir esta información en estímulos creativos para el equipo de diseño. La nota me inspiró para querer hacer lo mismo. Era una manera de formalizar todas las cosas que me interesaban: el diseño, la gente, las culturas, la vida cotidiana, la idiosincrasia, viajar por el mundo. Lo discutí con mi jefe y, como él tenía ganas de desarrollar lo mismo, le dije que yo iba a usar la oportunidad de mi tesis para aprender sobre el tema. Así que escribí mi tesis sobre diseño etnográfico y cuando terminé el master me ofrecieron un lugar permanente en el equipo para desarrollar esta oferta.

–¿En qué consiste el diseño etnográfico?

–En observar personas en su vida cotidiana desarrollando actividades en su ámbito natural, sin intervenir en las condiciones de su ambiente ni en el modo en que se desempeñan. Esto puede ser: una mujer usando productos de belleza en India, un ejecutivo en su oficina en Singapur, adolescentes tomando helado en China, un grupo de amigos saliendo una noche en Tokio, una cena de amigos en París o una mamá cocinando para su familia en Rusia. Luego las historias y observaciones se analizan y se transforman en principios, ideas y estímulos para el desarrollo de los productos en cuestión. El análisis es complejo, creativo y riguroso y lleva mucho tiempo.

–¿Para que sirve?

–Para muchas cosas. Primero y fundamental, a nivel humano para entender las necesidades de la gente y diseñar productos que realmente produzcan un impacto positivo en sus vidas. Ya sea porque ofrecen una solución a un problema existente, son más funcionales, ergonómicos o simplemente más placenteros. Luego, a nivel cultural: diferentes culturas presentan diferentes necesidades, costumbres y características y sería muy injusto diseñar productos de alcance global desde el primer mundo sin empatía por las culturas de los destinatarios. Y como diseñador aprendés muchísimo, la gente te inspira y comparte con vos sus talentos. Yo siempre digo que el mejor talento que tienen mis usuarios es ser ellos mismos. Todos los encuentros los filmamos, analizamos y compartimos el material con el equipo de diseñadores y el cliente. Nuestros clientes valoran muchísimo el material, no sólo aprenden sobre sus consumidores, sino que también ganan confianza y seguridad a la hora de tomar decisiones en el proyecto. Nuestros videos siempre exponen oportunidades para desarrollar nuevos productos o mejorar los existentes y es una gran ventaja competitiva empezar la etapa de diseño con evidencia tan convincente, que además profesionaliza el proceso de diseño.



–¿En qué consiste hoy tu actividad?

–Empecé como investigadora haciendo el trabajo de campo y visitando a usuarios por todo el mundo. Desde el 2005 soy Head of User Research (otro nombre para la etnografía) y, desde mayo del 2008, directora asociada de la empresa. Hoy en día manejo un equipo de 8 investigadores y soy responsable de la etapa inicial de research y estrategia de la mayoría de los proyectos que entran.

–¿Tu trabajo consiste en prever el futuro o en crearlo?

–Bueno, de alguna forma las dos cosas. Sin embargo, prever el futuro es muy pretencioso y necesitás manejar muchas variables más de las que yo manejo (como condiciones financieras, políticas y climáticas). Y el research no te da eso, pero lo que sí te da el análisis es la oportunidad de anticipar conductas a través del descubrimiento de costumbres emergentes. De esa forma, el producto que diseñás no sólo se basa en una proyección de una situación hipotética en el futuro, sino que también crea y propone una nueva situación de uso. Cuando mis clientes me preguntan si puedo prever tendencias de uso para los próximos 10 años, mi respuesta es *"I can't predict the future but I can poke it!"* (no lo puedo predecir, pero puedo darle un "codazo" y fijarme en qué anda), obviamente con humor.

–¿Qué cualidades son básicas para hacer ese tipo de trabajo?

–La visión y razonamiento de un diseñador, el entendimiento y análisis de un psicólogo, la empatía y curiosidad de un antropólogo, la narración y edición de un cineasta y la claridad y dirección de un entrepreneur.

–¿Hacia dónde va el diseño para vos hoy?

–A ocuparse de problemas más grandes y significativos, que van más allá del diseño de un único producto. Por ejemplo, no se trata de diseñar un jabón nuevo, pero sí de resolver los problemas de higiene en zonas rurales donde usuarios de bajos recursos no pueden acceder a los productos que ofrece el mercado. Así son muchos de nuestros proyectos.

–¿Qué le falta y qué le sobra?

–Le falta empatía, le sobra vanidad.



–¿Qué ves cuando ves? ¿Cuáles son las cosas que mira un etnógrafo?

–Pasar un día con una ama de casa en Rusia es una manera de entender y aprender sobre la vida cotidiana y las costumbres: qué hace, qué no hace, qué cocina, qué guarda en su heladera, qué compra, dónde compra, ¿camina al mercado?, ¿va en auto? Necesitás ver eso para entender y comprender el contexto en el que tu producto va a vivir.

–¿Cuál fue el primer trabajo de este tipo que hiciste para la empresa?

–El primer trabajo que hice fue para Samsung en el 2001, viajé a Madrid y visité dos familias. Pasé tres días con cada una. Tenía que llegar a la casa cuando se despertaban e irme cuando se iban a dormir. Estaba nerviosa, tenía miedo de incomodarlos. El objetivo del proyecto era estudiar a los miembros de una familia interactuando con todos los aparatos electrónicos y electrodomésticos (microondas, TV, computadora, lavarropas). Por eso era importante pasar el día entero, para observar la mayor cantidad de situaciones posibles. En ese momento se idealizaba mucho la idea de "la casa del futuro" (aparatos que están intercomunicados, el teléfono móvil que abre el garaje y programa el lavaplatos a distancia) y a su vez los avances tecnológicos y de infraestructura empezaban a hacer esta idea posible: home networks, wifi, bluetooth. Nuestra propuesta era analizar cómo realmente viven los usuarios, cuáles eran las características de la interacción y formular recomendaciones basadas en verdaderas necesidades y no en cuestiones que la tecnología permita. También hablábamos de objetos que iban a converger y otros que iban a diverger. Uno de nuestros principios era "la desaparición del equipo de música". Uno de nuestros usuarios lo había escondido en el placard porque no lo precisaba más. Ahora podía poner sus CD en la DVD player, usar los parlantes del Home Theatre y ahorrarse el espacio del equipo. Este tipo de información era muy valiosa para Samsung.

–¿Cuáles son las herramientas más importantes de tu trabajo: la observación, la documentación mediante la imagen, las entrevistas?

–Todas las que nombrás, pero definitivamente la observación y el análisis a través de mirar repetidas veces el material documentado (video), ya que no es lo que la gente dice que hace sino lo que hace. Es increíble cómo el diálogo y las acciones muchas veces se contradicen. En un proyecto que hicimos para Stannah Stairlifts (sillas mecánicas de instalación doméstica para subir y bajar las escaleras cuando una discapacidad física lo impide) el usuario nos contaba que estaba fascinado con la función de bloqueo/desbloqueo de la silla, ya que le permitía inhabilitarla cuando sus nietos lo venían a visitar y así no se la pasaban subiendo y bajando las escaleras como si fuera un juguete. Bueno, mientras nos contaba esto, el pobre hombre no podía embocar la llave bloqueadora en el lugar correcto. Si hubiésemos tomado como principio el hecho de que él estaba contento con esta función, probablemente nunca la hubiésemos rediseñado.

–En Argentina cuesta mucho que se pague el diseño, así que sonaría impensado este tipo de trabajo: ¿qué le dirías a un director de una empresa o marca?

–Que es una inversión. A través de este tipo de trabajo podés diagnosticar el problema, encontrar una solución y descubrir otras oportunidades que van más allá de la pregunta inicial. En general las empresas trabajan al revés, primero hacen (o encargan a terceros) el diseño de un producto y luego testean las diferentes propuestas y posibilidades con consumidores. Los invitan a un focus group y les preguntan "qué les parece". Las empresas necesitan hacer esto porque llegaron a esas propuestas simplemente porque son posibles. Y necesitan condensar a una o dos alternativas para seguir adelante con el proceso de producción. Como no tienen un motivo convincente de entrada, necesitan el respaldo y aprobación de los consumidores para justificar la inversión dentro su empresa y para validar sus decisiones de una manera objetiva (expuesto a un panel externo de consumidores). Estos consumidores reciben prototipos de los productos en cuestión (muchas veces ni siquiera funcionan) y bajo la presión de los otros participantes y los observadores ocultos detrás del vidrio espejado tienen que imaginarse –totalmente fuera de contexto– si usarían ese producto. El que elija la mayoría es el producto ganador. Pero alguien se preguntó: ¿Dónde va a vivir ese producto? ¿Cómo va a ser usado? ¿Cuándo? Todo este proceso de testeo cuesta dinero y tiempo, que bien podría invertirse al inicio del proyecto en anticipar las necesidades del usuario y diseñar en base a eso. Además mis clientes siempre aprenden cosas que van más allá del proyecto en cuestión, conocimiento que les sirve a largo plazo. Muchas veces empezamos un proyecto estudiando un producto y terminamos diseñando diez. Descubrimos oportunidades.

Frank Lloyd Wright en el Marq

La Sociedad Central de Arquitectos presenta este jueves la muestra "Frank Lloyd Wright, dibujos y maquetas", en su Museo de Arquitectura y Diseño. Esta exhibición va a permitir ver de cerca un objeto francamente raro, un ejemplar del *Portfolio Wasmuth* en la edición facsimilar de 1920. Este ejemplar, de la colección del arquitecto Ricardo Rosso, reproduce la primera de 1910 y es por mérito propio una rareza bibliográfica. El portfolio se publicó en Berlín y es un relevamiento gráfico y crítico del arquitecto Ernst Wasmuth con el título "Estudios y obras realizadas". La exposición se complementa con maquetas de obras del maestro que vienen el museo de maquetas de la FADU-UBA y fue curada por Juan Manuel Boggio Videla. Hasta el 29 de marzo, de martes a viernes de 14 a 20, en la torre de agua de Callao y Libertador. *www.socearq.com*

Las rampas de Defensa

La obra continúa, mientras el ministro afirma que sabe mejor que nadie qué necesita la ciudad.

POR SERGIO KIERNAN

El ministro de Inventar Opositores a Macri, Daniel Chaín, sigue con su obra en la calle Defensa. Como se recordará, Desarrollo Urbano tuvo la peregrina idea de peatonalizar toda la calle, de Plaza de Mayo a Parque Lezama, de modo de crear un "living urbano". Resultó que esta genialidad es ilegal, porque el Ejecutivo no puede peatonalizar nada, poder reservado a la Legislatura. Como la bronca de los vecinos ya era palpable, los legisladores explicaron tersamente que ni se les ocurriera mandar la idea, ya que resultaría difícil pasar un proyecto tan piantavotos.

Por eso se empezó a hablar de "semipeatonalización", palabreja inexistente hasta ahora y fea, pero legal al fin. El proyecto fue cambiando y cambiando, en parte a fuerza de perder amparos. Chaín, por orden judicial, tuvo que sentarse a negociar qué se iba a hacer con Basta de Demoler y, en parte, con los airados vecinos de San Telmo. Fue así que se abandonó la idea de cambiar todo el pavimento y nivelar acera y veredas: se mantendrán los cordones, las veredas y los adoquines.

El problema con hacer un acuerdo así es que genera un nivel grande de desorden, sobre todo cuando se habla con alguien que acuerda con pocas ganas. Por ejemplo, no se sabe bien qué pasará con los pasajes que tocan Defensa y hay un verdadero baile respecto a "iniciativas" como ensanchar las veredas. La cuadra en obras, Defensa entre Independencia y Chile, casi casi termina con una vereda más ancha que la otra. Al fin se decidió que no valía la pena demorar tanto y gastar tanto por veinte centímetros.

Esta incertidumbre emana del hecho de que el ministro Chaín no mostró el proyecto final, como le había ordenado hace meses el juez del amparo. Sólo ayer se iba a hacer una reunión de urgencia para mostrarlo a los vecinos, con cuatro meses de demora.

Pero el arquitecto Chaín comulga en el altar de los que opinan que los gobernados no saben nada y tienen que dejarles a los que sí saben decidir por ellos. Fue entonces que el sábado pasado aparecieron en la obra las plataformas elevadas de hormigón que se ven en la foto. Son dos bandas, una a cada lado de la desembocadura del pasaje, que casi llegan al nivel de la vereda. Cuando esté terminada la remodelación, la cuadra quedará empedrada a nivel normal y con dos grandes lomos de burro elevados, casi rasantes con los cordones y asfaltados. Son los lugares para que crucen los peatones.

Esto es una novedad inconsulta en una obra que tuvo como característica ser impuesta de mal modo. En la cuadra que se está remodelando los comerciantes están ahorcados por el bajón de público y un bar ya quebró. Nadie les avisó y no pudieron tomar la menor precaución para sobrevivir.



Esto ocurre en parte por la personalidad del ministro, que tiene opiniones fuertes y un modo de lo más altanero de expresarlas. Chaín era el que caminaba incesantemente en la audiencia del 31 de octubre en la calle Defensa, cuando escuchaba a los vecinos rechazar de forma unánime y vocal su proyecto. Todos sus gestos, su expresión y la manera de moverse trasuntaban un fastidio enorme. Parado en el patio del Centro Vecinal donde se hizo la audiencia pública, hablaba con un asesor y no hacía falta escucharlo para ver el desprecio con que recibía las críticas.



Las futuras rampas peatonales, a nivel de la vereda.

Chaín suele decir que todas las leyes de protección patrimonial de la ciudad están mal porque sólo vale la pena proteger "veinte edificios". Para el arquitecto, en Europa "están locos" y los españoles "no saben nada", lo que se notaría en que "Madrid es una cáscara". Y los que lo critican son políticos: Chaín suele calmar a los suyos explicando que no hay ni un vecino que se oponga a sus obras y los que hablan en las audiencias son "peronistas" y "políticos".

Este tipo de altanería violenta tiene muchos antecedentes en la arquitectura, disciplina con fantasías de rehacer el mundo. Le Corbusier propuso demoler Buenos Aires, medio que en serio, y hay que ver a Leon Krier despotricar contra las torres, bajo la mirada cariñosa de César Pelli. Que lo diga Chaín, sin embargo, es distinto por dos razones. Primero, porque es un ministro de un gobierno democrático y no un utopista. Y segundo porque ciertamente Chaín no es un Le Corbusier, un Krier o un Pelli. Su apagado perfil profesional, su nula carrera como pensador urbanístico, no lo cualifican para la estatua ecuestre. Y mucho menos para imponer obras explícitamente rechazadas por los vecinos.

Como para comparar: ¿Alguien escuchó alguna queja por el boulevard de la calle Caseros? Es una obra en pleno casco histórico cuerda y bonita. Hasta los faroles retro que instalaron son un gesto de entendimiento del entorno, ni hablar del agregado de un poquito de verde.

La ley 2548 vuelve a vivir

POR S. K.

La ley 2548 vuelve a las andadas esta semana. Prorrogada en diciembre por un año más, casi ampliada a dos y a toda la ciudad, la ley que protege una amplia zona de nuestra ciudad puede ser tratada este jueves en la Legislatura. El PRO la va a poner en el temario, sobre tablas, y la iniciativa está reuniendo voluntades en varios bloques.

La 2548 tomó el inolvidable engendro de Ibarra-Telerman que quería venderle un Paisaje Cultural porteño a la Unesco y lo transformó a fines de 2007 en algo efectivo y real. Resulta que el verso del Paisaje –que tantos viajes, honorarios y publicaciones rindió a sus padrinos y particularmente a sus madrinas– hasta tenía cierta existencia legal. Abarcando casi toda la ribera del Plata, de La Boca a Palermo, el área reúne buena parte del patrimonio edificado porteño.

En diciembre de 2007, el flamantísimo oficialismo se encontró con una naciente crisis por temas patrimoniales, un ítem nuevo en la agenda política porteña que ahí demostraba su enorme potencial. Con buenos reflejos, el PRO aceptó que el polígono del Paisaje tuviera todos sus edificios anteriores a 1940 protegidos, en principio, con un mecanismo novedoso. El sistema normal para catalogar o proteger un edificio patrimonial es un engorro notable, ya que fue diseñado para que se proteja poco o nada: todo el trabajo lo tiene que hacer el catalogador y la Legislatura tiene que votar todo dos veces.

La novedad fue que en el perímetro la cosa era al revés: el demoledor es quien tiene que hacer el trámite. Igual, es mucho más simple que el de catalogación, ya que el tema va al Consejo Asesor en Asuntos Patrimoniales que tiene un brevísimo lapso para decir sí o no. Si el predio no es catalogable, el trámite vuelve al Ejecutivo para que lo autorice. Si es a proteger, va a la Legislatura.

Resulta que el sistema funcionó un año sin que quebraran las constructoras en fila ni hubiera una explosión de desempleo en el gremio. De hecho, el sector acomodó la novedad sin que se notara siquiera en el marco de la crisis internacional, que sí tuvo efectos. Por eso, a fin de año se esperaba la extensión por un año más sin sobresaltos. Fue entonces que el PRO lanzó la bomba, pidiendo que se extendiera a toda la ciudad y por dos años. Hasta hubo un comunicado por escrito del ministro de Desarrollo Urbano Daniel Chaín, enemigo abierto del patrimonio, apoyando la idea. Por varias razones, esto no ocurrió y la asamblea votó finalmente la extensión por un año y confinada al Paisaje.

Este martes, el PRO va a presentar en la comisión de Labor Parlamentaria, encargada de preparar el temario, la propuesta del tratamiento sobre tablas de la idea de diciembre, prorrogando el sistema por dos años y a toda la ciudad. La expectativa es que se debata y se vote este jueves mismo. La movida ya tiene consenso en los otros bloques. Inés Urdapilleta, del Frente para la Victoria y presidente de la comisión de Cultura, ya adelantó a **m2** su voto positivo, aunque sigue con la idea de que la protección no sea apenas para edificios anteriores a 1940 sino que se amplíe a la primera modernidad, hasta 1955 o 1960.

Más aún avanza Enrique Olivera, de la Coalición Cívica, que explicó sin vueltas que la ampliación tiene el mismo espíritu del proyecto de ley presentado hace tiempo por Teresa de Anchorena, su colega de bloque y presidente de la comisión de Patrimonio.

Estos apoyos son esenciales porque un tratamiento sobre tablas implica dos dificultades. Primero, que la asamblea vote tratar el asunto. Y segundo, que lo apruebe con dos tercios de los presentes. Un proyecto normal, en sesión ordinaria, necesita la mitad más uno del voto, pero el precio para uno tratado sobre tablas es mayor.

Patricio Di Stefano, del PRO, es de los que andan contando votos y adelanta que si las cosas no salieran bien este jueves buscará que el proyecto tenga privilegio. Esa figura hace que la Legislatura tenga que tratar el proyecto en un término de tres semanas.

Con lo que queda en claro que el patrimonio es un asunto de la agenda política que están entendiendo los legisladores. Esta ley, ampliada y con dos años de plazo, puede ser la plataforma sobre la que se construya un sistema de leyes e instituciones para preservar el patrimonio, aclarar qué se puede hacer y qué no, y dar seguridad jurídica a la ciudad.